

《工程项目市场调研与市场分析》

课程名称：工程项目市场调研与市场分析

课程性质：企业内训、公开课

课程学员：营销人员及主管；

授课时间：一天

课程收益：市场调研是营销的一个重要环节，古时打仗首先要有“探马来报”，市场调研涉及的内容较多，在互联网时代我们必须利用各种信息渠道收集，通过筛选找准客户目标。根据工程项目的特点进行项目分析。有了项目的筛选才能为下一步的客户与市场的开拓，掌握谈判、招标等工程打下坚实的基础。

教学要求：采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式进行，课堂讲授要求理论结合实际，运用案例和教学实例，深入浅出、旁征博引同时配备课堂练习，现场互动以消化老师的课程内容。

教学大纲：

第一章：行业洞察与信息挖掘

一、信息存在的原理

1. 先有事实后有信息，你不找信息事实依旧存在。
2. 信息收集与分析原理：
去粗取精、去伪存真、由表及里、由此及彼；
3. 信息在互联网时代大数据化—
文字、图片、语音、视频（如：快手、抖音）
4. 找信息多是需要拐个弯才能获得。

二、网络搜索信息资料的技巧

1. 网上搜索资料的技巧
2. 关键词设置的问题
3. 直接与间接搜索
4. 立体搜索

三、信息获取的公开渠道

1. 百度及各种搜索运用
2. 行业研究报告
3. 工商企业名录
4. 互联网数据
5. 行业协会/商会
6. 政府各级管理机构公开信息
7. 证券（上市）年度报告
8. 产业链信息
9. 财务报表
10. 企业内刊/公司介绍
11. 企业产品宣传画册
12. 企业展览会 /招聘广告

四、信息获取的非公开渠道

1. 企业员工
2. 行业专家
3. 竞争对手

4. 工程商
5. 行业主管部门 (工商/税务/银行等)
6. 专业调查情报机构
7. 行业协会 (行业会议)

五、工程类相关渠道信息获取

1. 设计院(1)
2. 城建规划局(2)
3. 装饰工程公司(3)
4. 房地产公司(4)
5. 监理公司(5)
6. 各种媒体(6)
7. 工程信息年会(7)
8. 建材博览会(8)
9. 房产展销会(9)
10. 酒店、宾馆、学校(10)
11. 电信、银行、厂矿企业(11)

第二章：市场调研流程及管控

一、市场调研的 11 个基本步骤

1. 确定市场调研的必要性
2. 定义问题
3. 确立调研目标
4. 确定调研设计方案
5. 确定信息的类型和来源
6. 确定收集资料
7. 问卷设计
8. 确定抽样方案及样本容量
9. 收集资料
10. 资料分析
11. 撰写最终调研报告并演示

二、市场调研的方法

- ✓ 确定研究问题和研究目标
- ✓ 制定调研计划
- ✓ 收集信息
- ✓ 分析信息
- ✓ 提出结论

2 定性预测

- ✓ 购买者意向调查法
- ✓ 销售人员综合意见法
- ✓ 专家意见法
- ✓ 市场式销法
- ✓ 市场因子推演法

3、定量预测法

- ✓ 探索性调研
- ✓ 预测性调研

- ✓ 描述性调研
- ✓ 因果性调研
- ✓ 观察法
- ✓ 访问法
- ✓ 实验法
- 4. 样本抽样
 - ✓ 调研总体
 - ✓ 样本单位
 - ✓ 抽样方法
 - ✓ 样本量
 - ✓ 抽样实施
- 5. 工具：数据分析工具应用
- 6. 工具：SWOT 分析使用
- 7. 工具：多因素分析法

第三章：市场调研报告的基本结构与内容

一、基本结构

1. 调研概况
2. 样本结构
3. 基础结果
4. 基础分析
5. 综合分析
6. 主要发现
7. 结论建议

二、主要内容

1. 市场分析
2. 本品表现
3. 竞品表现
4. 4P/6P 分析
5. 数据分析与建模
6. 策略研究
7. 结论

第四章：竞争市场分析

1. 竞争对手的选择
2. 竞争对手销售数据分析
3. 竞争对手的渠道策略分析
4. 竞争对手产品策略分析
5. 竞争对手营销策略分析
6. 竞争对手价格策略分析
7. 团队战力分析
8. 投入产出分析

第五章：新产品可行性报告及分析

一、市场分析。

1. 分析市场发展历史与发展趋势,市场容量
2. 本产品和同类产品的价格分析。

3. 统计当前市场的总额、竞争对手所占的份额，分析本产品能占多少份额
4. 产品消费群体特征、消费方式以及影响市场的因素分析。
- 二、SPET 环境分析
- 三、STP 目标市场分析。
- 四、竞争实力分析。
 1. 竞争对手的市场状况:研发、销售、资金、推广等方面的分析，
 2. 自己的市场状况、研发、销售、资金、推广等方面的分析。
- 五、技术可行性分析。
 1. 本产品的主要技术指标、渠道结构、
 2. 实现的目标以及应用系统等新采用的技术等
- 六、时间和资源可行性分析。
 1. 按照正常的运作方式，开发本产品并投入市场还来得及吗?
 2. 人员能及时到位吗?软件硬件能及时到位吗?
- 七、知识产权分析。
 1. 考虑以下因素：是否已经存在某些专利将妨碍本产品的开发与推广?
 2. 本产品能否得到知识产权保护，
 3. 如何获得?存在的问题及建议?

第六章：专业的数据分析能力

1. 比较是破解数据观察的法宝
2. 数据拆分归类
3. 数据图形化
4. 根据据分析的操作
 - ✓ 找拐点
 - ✓ 查数据
 - ✓ 对比数据
 - ✓ 确定变量
 - ✓ 分析原因
5. 数据分析常用的方法
 - ✓ 对比分析法
 - ✓ 分组分析法
 - ✓ 结构分析法
 - ✓ 平均分析法
 - ✓ 综合评价分析法
 - ✓ 杜邦分析法
 - ✓ 漏斗分析法
- 6.销售数据分析的内容
 - ✓ 同比环比分析
 - ✓ 滚动分析
 - ✓ 趋势分析
 - ✓ 相关性分析
 - ✓ 样本分析
 - ✓ AB 对比测试

